

Peran Public Relations Dalam Membangun Citra Baik Bagi Perusahaan PT.Fengtay Indonesia

Investor Strategy In Building A Good Image For The Company PT.Fengtay Indonesia

Ayu Dewi Kania Pringgo Dancer¹ Sri Dewi Setiawati²

¹ Hubungan Masyarakat, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, ayupringgo@student.telkomuniversity.ac.id

² Hubungan Masyarakat, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, sridewisetiawati@telkomuniversity.ac.id

Abstract

Public Relations or public relations serves to connect an institution or company with the public or interested parties in it. Good and effective relations with the public and interested parties are very important because it will build a positive image in society. The method used in this study is a qualitative approach which was chosen by the author in the research using the case study method which was obtained from interviews with informants. The informant who took one of the workers from PT. Fengtay Related to investor relations and public relations. The results of the research show that the investor relations of PT. Fengtay is to provide services and information with understanding, clarity and speed to form a positive image. Investors really need a good report, the opposite is also the same.

Keywords-investor relations, corporate image, public relation, good image.

Abstrak

Public Relation atau humas berfungsi untuk menghubungkan sebuah Lembaga atau perusahaan dengan publik atau pihak-pihak yang berkepentingan yang ada didalamnya. Hubungan yang baik dan efektif terhadap publik dan pihak yang berkepentingan amat penting karena akan membangun citra positif di masyarakat. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Pendekatan kualitatif dipilih oleh penulis dalam penelitian dengan menggunakan metode studi kasus yang diperoleh dari hasil wawancara dengan informan. Informan yang diambil adalah beberapa pekerja dari PT. Fengtay yang berkaitan dengan investor relation dan public relation. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hubungan investor PT. Fengtay adalah memberikan layanan dan informasi dengan keterbukaan, kejelasan dan kecepatan untuk membentuk citra positif. Investor sangat membutuhkan laporan yang baik, sebaliknya juga sama.

Kata Kunci-investor relation, citra perusahaan, public relation, humas, citra baik.

I. PENDAHULUAN

Karena perkembangan dunia industri yang pesat dan persaingan yang ketat, para pelaku bisnis telah menggunakan berbagai strategi untuk mempertahankan dan mengembangkan keunggulan kompetitif mereka. Semakin banyaknya pelaku niaga yang masuk ke sektor industri ini menandakan bahwa industri alakkaki merupakan salah satu industri yang mengalami persaingan yang semakin ketat. Banyak produsen barang dan jasa dari satu negara bersaing dengan produsen dari negara lain untuk menarik konsumen dalam perdagangannasional dan internasional. Begitu juga dengan sektor industri alas kaki di Indonesia.

Produksi menjadi fokus pengembangan perusahaan PT Fengtay Indonesia. Mereka belum memiliki departemen hubungan investor yang terpisah karena sumber daya mereka yang minim. Oleh karena itu, tujuan peneliti dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis tugas dan tanggung jawab investor hubungan investor dan layanan yang ditawarkan oleh outsourcing hubungan investor ketika perusahaan mempekerjakan mereka.

Dalam memulai badan usaha, seorang pengusaha harus memiliki (SDM) dan sumber daya modal. Modal usaha merupakan hal terpenting sebelum terjun ke dunia persaingan bisnis. Karena diyakini tanpa keuangan, tidak mungkin bersaing dengan kompetitor yang lebih dulu meluncurkan perusahaan atau bisnisnya. Sebelum mencari pendanaan baru, sebuah bisnis harus meningkatkan posisinya di mata investor potensial dengan membangun reputasi dan merek yang positif. Kepercayaan calon investor dan investor jangka panjang terhadap suatu perusahaan akan meningkat jika memiliki track record yang solid. Untuk mendapatkan investasi atau meningkatkan kekuatan modal suatu perusahaan, dibutuhkan seseorang yang memiliki kemampuan khusus untuk menarik investor.

Bagi perusahaan publik dan perusahaan yang akan go public, tugas unit kegiatan Hubungan Investor sangat dibutuhkan. Untuk menjalin hubungan yang positif dengan pemangku kepentingan, khususnya pemegang saham dan investor, Unit Hubungan Investor yang merupakan bagian dari inisiatif PR dinilai sangat penting. Untuk membangun kepercayaan antara investor dan

perusahaan, seorang humas harus dapat memahami dan menggunakan hubungan investor secara efektif.

Permasalahan terkait citra perusahaan di matamasyarakat dan investor saat ini sedang dialami oleh PT. Fengtay Indonesia dimana sebuah perusahaan produksisepatu pada akhir kuartal pertama tahun 2020 mencatat rugibersih sehingga citra baik perusahaan yang sudah ada sebelumnya menjadi kurang baik di kalangan investor. Salahsatu upaya untuk menarik simpati investor dan membentuk citra positif perusahaan adalah dengan meningkatkan citra perusahaan yang terjalin dengan investor.

Menurut National Investor Relations Institute (NIRI) dalam Morris (2017) definisi Hubungan Investor adalah “Untuk memberikan gambaran lengkap kepada investor dan calon investor tentang kinerja perusahaan dan kemungkinan masa depan, perusahaan terlibat dalam kegiatan pemasaran yang mengintegrasikan komunikasi dan disiplin pemasaran.”

Citra merupakan aset berharga yang harus dijaga bagi setiap organisasi atau bisnis. Bukan hanya karena perusahaan ingin menghindari opini buruk yang mungkin datang dari perusahaan, tetapi juga karena penting bagi manajemen untuk mengetahui cara menciptakan citra perusahaan yang baik. Perusahaan harus selalu ingat bahwa masyarakat perlu mendukung mereka.

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Strategi Investor Dalam Membangun Citra Baik PT. Fengtay Indonesia.

II. TINJAUAN LITERATUR

A. Strategi Humas

Menurut Effendi (2017), strategizing pada hakekatnya adalah perencanaan dan pengorganisasian untuk melaksanakan rencana tersebut, menurut para ahli ilmu komunikasi. Strategi harus mampu menunjukkan bagaimanataktik operasionalnya, bukan hanya sebagai road map yang menunjukkan arah secara umum.

Sandra Oliver (2016) dalam bukunya yang berjudul Public Relations Strategy menyatakan bahwa strategi adalah rencana tindakan yang digunakan untuk mencapai tujuan. Hasil akhirnya berkaitan dengan maksud dan tujuan organisasi. Setiap aktivitas memiliki strategi.

B. Hubungan Investor

Menurut Robert W. Kolb (2018) dalam bukunya Investasi, “Investor adalah perusahaan atau orang yang melakukan investasi keuangan pada emiten dengan cara membeli saham dengan harapan mendapatkan capital gain dan dividen. Keuntungan yang diperoleh dari selisih harga beli dan jual adalah disebut capital gain, sedangkan laba yang diperoleh perusahaan dan dibagikan kepada pemegang saham pada akhir periode akuntansi masing-masing perusahaan disebut dividen.

III. METODELOGI PENELITIAN

A. Paradigma Penelitian

Paradigma penelitian, atau sudut pandang dari mana peneliti mendekati pekerjaan mereka, merangkum bagaimana mereka mendekati fenomena yang akan dipelajari, bagaimana mereka melakukan penelitian mereka, dan bagaimana mereka menginterpretasikan temuan mereka. Keyakinan yang akan mendukung dan memandu seluruh proses penelitian disebut sebagai paradigma penelitian ketika membahas desain penelitian. Masalah yang dibahas dan jenis penjelasan yang dapat digunakan tergantung pada paradigma penelitian.

Pendekatan kualitatif dipilih oleh penulis dalam penelitian dengan menggunakan metode studi kasus yang diperoleh dari hasil wawancara dengan informan. Menurut Sugiyono (2016), pendekatan kualitatif adalah suatu jenis pendekatan dimana peneliti sebagai instrumen digunakan untuk meneliti objek-objek alam dan didukung dengan menggunakan teknik triangulasi sebagai metode analisis data kualitatif atau induktif.

B. Subjek dan Objek Penelitian

Pokok bahasan penelitian ini adalah bagaimana peran dan upaya humas dalam membangun kredibilitas perusahaan dan hubungan baik dengan investor.

C. Objek Penelitian

PT. Fengtay Indonesia dan Manajemen Perusahaan berwenang untuk bertindak sebagai jembatan antara perusahaan dan investor atau pihak eksternal lainnya.

D. Situs Penelitian

Pada penelitian yang berjudul “Strategi Investor Dalam Membangun Citra Yang Baik Bagi Perusahaan PT. Fengtay Indonesia” peneliti akan melakukan penelitian ini di Jl. banran raya no. Km 14, RW. 6, Sukasari, Kec. Pameungpeuk, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 4037.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Karakteristik Informan

Informan pertama adalah direktur investasi strategis bernama Ayu Rahayu, 37 tahun, berasal dari kota Bekasi. Sudah bekerja dan berkarir di PT. Fengtay Indonesia selama Sembilan tahun. Saat ini menjabat sebagai Direktur Investasi Strategis PT. Fengtay Indonesia selama kurang lebih empat tahun. Sebelum menjadi direktur investasi strategis, Ayu memulai karirnya di PT. Fengtay Indonesia menjadi Manajer Investasi. Dalam tugasnya sebagai direktur investasi strategis, secara umum tanggung jawabnya adalah menentukan, merumuskan dan memutuskan suatu kebijakan dalam perusahaan guna mencapai tujuan perusahaan.

Informan kedua adalah Imas Inggit, beliau berposisi sebagai manager divisi eksternal. Imas Inggit adalah seorang wanita berusia 30 tahun dari kota Bandung. Imas telah bekerja dan berkarir di PT Fengtay Indonesia selamakurang lebih 6 tahun. Dalam menjalankan tugasnya sebagai manajer divisi eksternal, Imas memiliki beberapa tanggung jawab antara lain mengawasi dan mengendalikan untuk memastikan proses berjalan sesuai rencana untuk mencapai tujuan perusahaan.

Informan ketiga adalah ketua SPSI PT. Fengtay Indonesia bernama Rizal Rifansyah. Dia adalah seorang pria berusia 28 tahun. Rizal pernah bekerja dan berkarir di PT. Fengtay Indonesia selama kurang lebih 6 tahun. Dalam posisinya sebagai Kepala SPSI PT Fengtay Indonesia, Rizal bertanggung jawab membawahi PT. Fengtay dengan tujuan melindungi hak-hak yang diterima karyawan PT. Fengtai Indonesia. Dalam menjalankan tanggung jawabnya, Rizal berhasil mengelola 1000+ karyawan PT. Fengtay Indonesia sampai sekarang.

B. Hasil Wawancara

Berdasarkan wawancara mendalam dapat dikatakan bahwa strategi kehumasan PT. Feng Tay Indonesia menjaga citra perusahaannya dengan memperhatikan kebutuhan pelanggan dengan cara khusus.

Strategi kehumasan memperhatikan kebutuhan pelanggan, karena pelanggan perlu tertarik hingga pelanggan tertarik untuk membeli PT. Feng Tay Indonesia. PT. Feng Tay memberikan solusi untuk masalah yang berkaitan dengan proses manufaktur dengan produk jadi dan menanggapi kesulitan sehingga pelanggan dapat diperhatikan dan dipuaskan; dan disisi lain hal ini juga memberikan ketahanan terhadap citra korporasi PT. Feng Tay Indonesia.

Pengenalan produk dan pelatihan yang diberikan oleh Humas Feng Tay merupakan strategi yang dapat dicapai karena pelanggan dengan pengenalan dan pelatihan ini akan menjawab kebutuhannya dan akan terpuaskan dengan langkah-langkah tersebut dan juga membantu menjaga citra perusahaan PT. Feng Tay Indonesia.

C. Manajemen Hubungan

Posisi humas di PT Fengtay Indonesia memiliki tempat yang strategis dan sejajar dengan posisi eksekutif lainnya di dalam perusahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa peran humas dalam perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengelolaan perusahaan dimana PT Fengtay Indonesia memperhatikan dan melibatkan kegiatan kehumasan dalam kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan.

Posisi strategis inilah yang kemudian membuat humas di dalam perusahaan menemukan pola kerja yang optimal dan sesuai tempatnya. Karena tidak semua perusahaan akan memperlakukan kehumasan secara khusus, bahkan di beberapa tempat kehumasan tidak lebih dari pelengkap dan dianggap sebagai formalitas belaka.

D. Kontrol Informasi

Penafsiran informasi yang salah akan mempengaruhi citra perusahaan, dan akan sangat merugikan perusahaan, oleh karena itu informasi yang diterima harus divalidasi kebenarannya guna mengetahui informasi seperti apa yang akan disampaikan kepada audiens

Oleh karena itu, semua informasi yang dikirimkan adalah informasi terpercaya yang telah diverifikasi kebenarannya. Hal ini membantu membangun kepercayaan dan komunikasi yang baik di dalam perusahaan dan mitranya, serta menerapkan berbagai aktivitas yang dapat meningkatkan kinerja antar departemen dan tim dan juga menjaga stabilitas. Ketentuan pemberitaan pada portal berita perusahaan yang dikelola khusus oleh juru bicara. Hal tersebut merupakan dorongan yang baik dan dapat meningkatkan komitmen seluruh karyawan untuk kinerja yang maksimal dalam perusahaan.

E. Upaya Menjaga Corporate Image di PT. Feng Tay Indonesia

1. Memaksimalkan Pelayanan Prima Kepada Konsumen

Semua ini dapat membantu membangun hubungan yang efektif, bahkan hubungan media yang efektif bukan hanya proses satu arah. Namun jauh di dalam ini ada proses timbal balik yang mutlak meskipun tidak dalam kesepakatan tertulis, namun hubungan emosional juga akan memberikan pengaruh yang sangat signifikan.

2. Pemberian Bantuan Peduli Masyarakat melalui Kegiatan Corporate Social Responsibility (CSR).

Membangun hubungan baik dan menciptakan citra positif dengan publik di dalam perusahaan tentu saja penting, namun hubungan baik dengan publik yang paling berpengaruh di luar perusahaan juga sama pentingnya.

3. Mengatasi Kendala SDM Karyawan

Karena kelemahan dan kekurangan serta ketidakmampuan karyawan dalam menjalankan tugasnya dalam memberikan pelayanan yang berkualitas kepada konsumen akan menjadi tolok ukur bagi konsumen dalam melihat kemampuan dan citra yang dimiliki oleh perusahaan. Selain itu, dampak terhadap citra perusahaan juga sangat penting, sehingga dalam penerapan strategi citra perlu dilakukan peningkatan kinerja kegiatan kehumasan untuk menutupi kelemahan yang timbul akibat kurangnya kapabilitas manusia karyawan dalam operasional perusahaan. menjadi sangat penting. perusahaan. dari pekerjaannya. Oleh karena itu, untuk mewujudkan visi dan misi yang menjadi tujuan yang ingin dicapai, diperlukan penguatan sumber daya manusia yang dapat menunjukkan kualitas perusahaan dan memberikan pelayanan yang berkualitas dan prima.

F. Pembahasan

Strategi Humas merupakan alternatif optimal yang dipilih untuk ditempuh guna mencapai tujuan kehumasan dalam kerangka rencana kehumasan. Apa dan bagaimana yang digunakan dalam perencanaan untuk mencapai tujuan organisasi. Hal ini tertuang

dalam strategi kehumasan PT. Feng Tay Indonesia karena langkah-langkah sebagai alternatif optimal adalah memperhatikan kebutuhan pelanggan, memberikan solusi dan tanggapan kepada pelanggan eksternal dan internal, memberikan pengenalan dan pelatihan produk kepada pelanggan, menjaga agar kepuasan pelanggan tidak menurun, dan mengandalkan harapan layanan. Kepada ketiga responden yang kami wawancarai dan jawabannya adalah strategi kehumasan PT. Feng Tay Indonesia dapat mempertahankan citra perusahaannya, bahkan citra perusahaannya tangguh karena memiliki visi, misi.

G. Peran Humas Dalam Membangun Kredibilitas PT. Fengtay

Humas PT. Fengtay konsisten dalam membangun citra positif perusahaan, dapat dibuktikan dari banyaknya inovasi yang selalu mereka lakukan. Agar konsumen tetap percaya dengan produk-produk PT. Fengtay. Hal ini dilaksanakan semata-mata agar citra perusahaan tetap terjaga

H. Humas Upaya Membangun Hubungan Baik Dengan Investor

Humas selalu menitikberatkan pada pembangunan citra positif perusahaan atau instansi ketika mengkomunikasikan berita dan informasi yang dikeluarkan melalui media massa. Kegiatan kehumasan yang sukses dicapai melalui hubungan yang harmonis dengan investor. Tidak dapat disangkal peran penting investor dalam hubungan masyarakat dan citra publik.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian strategi kehumasan dalam menjalin hubungan baik dengan investor pada PT. Fengtay dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Dalam kegiatan hubungan investor PT. Fengtay adalah memberikan layanan dan informasi dengan keterbukaan, kejelasan dan kecepatan untuk membentuk citra positif. Investor sangat membutuhkan laporan yang baik, sebaliknya juga sama.
2. Humas PT. Fengtay untuk mendekati investor bekerja baik dengan vendor lain, baik secara praktis maupun terpisah, biasanya dengan mengadakan pertemuan di acara-acara tertentu (Kontak pers dan acara khusus).
3. Selain itu, PT. Fengtay juga melakukan Sponsorship, sebuah strategi PT. Fengtay untuk menjalin hubungan baik dengan para pemangku kepentingan.

B. Saran

Dimensi Hubungan Investor dapat dijadikan acuan bagaimana cara mengetahui Hubungan Investor dari individu yang ingin dipelajari. Setelah melihat bagaimana dimensi tersebut dimiliki atau tidak oleh para informan, asumsi-asumsi dalam teori dapat melihat bagaimana perkembangan strategi itu terjadi. Namun, tidak semua perusahaan memiliki dimensi Hubungan Investor yang sama. Dalam penelitian pembahasan yang diperoleh adalah peran dan upaya humas dalam hubungan investor. Namun tidak menutup kemungkinan pada penelitian lain pembahasan tentang hubungan investor berbeda sehingga berhasil menciptakan hubungan investor yang baik dengan perusahaan. Dengan demikian, ketika melakukan penelitian, peneliti harus melihat secara objektif semua kegiatan informan dan objek terlebih dahulu.

REFERENSI

- Effendy, Onong Uchjana. (2017). Teori dan Praktek Komunikasi. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Oliver, Sandra. (2016). Strategi Humas. Jakarta. Erlangga Kolb, Robert W. 2018. The SAGE Encyclopedia of Business Ethics and Society. Edisi Ke-2. United Kingdom: SAGE Publications.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet.